

**DAYA DAN TEKNIK PERSUASIF TUTURAN IKLAN *SMARTPHONE* PADA
YOUTUBE UNGGAHAN JANUARI – MEI 2022**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

Oleh :
Awalia Sekar Nur Salim
1801040031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENGETAHUAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

**DAYA DAN TEKNIK PERSUASIF TUTURAN IKLAN *SMARTPHONE* PADA
YOUTUBE UNGGAHAN JANUARI – MEI 2022**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

Oleh :
Awalia Sekar Nur Salim
1801040031

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENGETAHUAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

PERSETUJUAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Awalia Sekar Nur Salim
NIM : 1801040031
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Daya dan Teknik Persuasif dalam Tuturan Iklan
Smartphone Pada Youtube Unggahan Januari – Mei
2022

Telah diterima dan disetujui

Purwokerto, 13 Desember 2022

Pembimbing,



Drs. Eko Surosos, M.Pd

NIK : 2160103

PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Awalia Sekar Nur Salim
NIM : 1801040031
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Daya dan Teknik Persuasif Tuturan Iklan
Smartphone pada Youtube Unggahan Januari – Mei
2022

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Akhmad Fauzan, M.Pd.
NIK 2160440

Penguji 1 : Dr. H. Kuntoro, M. Hum.
NIK 2161127

Penguji 2 : Dra. Siti Fathonah, M. Hum.
NIP 19590411 198503 2 002

Penguji 3 : Drs. Eko Suroso, M.Pd.
NIK 2160103

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 7 Agustus 2023

Mengetahui,
Dekan FKIP,



Drs. Eko Suroso, M.Pd.
NIK 2160103

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Awalia Sekar Nur Salim
NIM : 1801040031
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Daya dan Teknik Persuasif Tutaran Iklan Smartphone pada Youtube Unggahan Januari – Mei 2022

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi adalah hasil karya tulis saya dan bukan dibuatkan oleh orang lain atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 7 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Awalia Sekar Nur Salim

MOTTO

“Butuh Keberanian Untuk Hasil Yang Lebih Baik”. - (Awalia Sekar Nur Salim)

“Buatlah orang disekitarmu tersenyum dan bahagia karena perilakumu.” - (Awalia
Sekar Nur Salim)



PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Daya dan Teknik Persuasif Tutaran Iklan *Smartphone* Pada *Youtube* Unggahan Januari – Mei 2022”. Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua yang bernama Bapak Agus Salim dan Ibu Suginah yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Semoga skripsi ini menjadi bukti bakti penulis kepada orang tua yang telah memberikan doa dan semangat setiap hari untuk mencapai tujuan lulus sarjana (S1).

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada kita semua sehingga pada kesempatan yang berbahagia ini penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Daya dan Teknik Persuasif Tutaran Iklan *Smartphone* Pada *Youtube* Unggahan Januari – Mei 2022” . Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa terselesaikanya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Dra . Siti Fathonah, M.Hum., Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah membantu peneliti menentukan pembimbing.
2. Akhmad Fauzan, M.Pd., Sekertaris Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah membantu administrasi dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi.
3. Drs. Eko Suroso, M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan- masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Dr. H. Kuntoro, M.Hum., Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang selama ini telah memberikan ilmu kepada saya.
6. Seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan senantiasa diberikan kenikmatan yang berlimpah kepada beliau yang telah penulis sebutkan di atas. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 7 Agustus 2023

Penulis,

Awalia Sekar Nur Salim

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Awalia Sekar Nur Salim
NIM : 1801040031
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non –exclusive Royalti-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Daya dan Teknik Persuasif Tuturan Iklan *Smartphone* pada *Youtube*
Unggahan Januari – Mei 2022**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/ mengalih formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*) , merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 7 Agustus 2023

Yang menandatangani,



Awalia Sekar Nur Salim

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Relevan.....	9
B. Daya Persuasif.....	13
1. Pengertian Daya Persuasif.....	13
2. Macam – Macam Daya Persuasif	13
a. Daya Bujuk	14
b. Daya Ajak.....	15
c. Daya Hibau	15
C. Teknik Persuasif.....	16
1. Pengertian Teknik Persuasif	13
2. Jenis – Jenis Teknik Persuasif	16
1. Rasionalisasi	17
2. Identifikasi.....	18
3. Sugesti	19

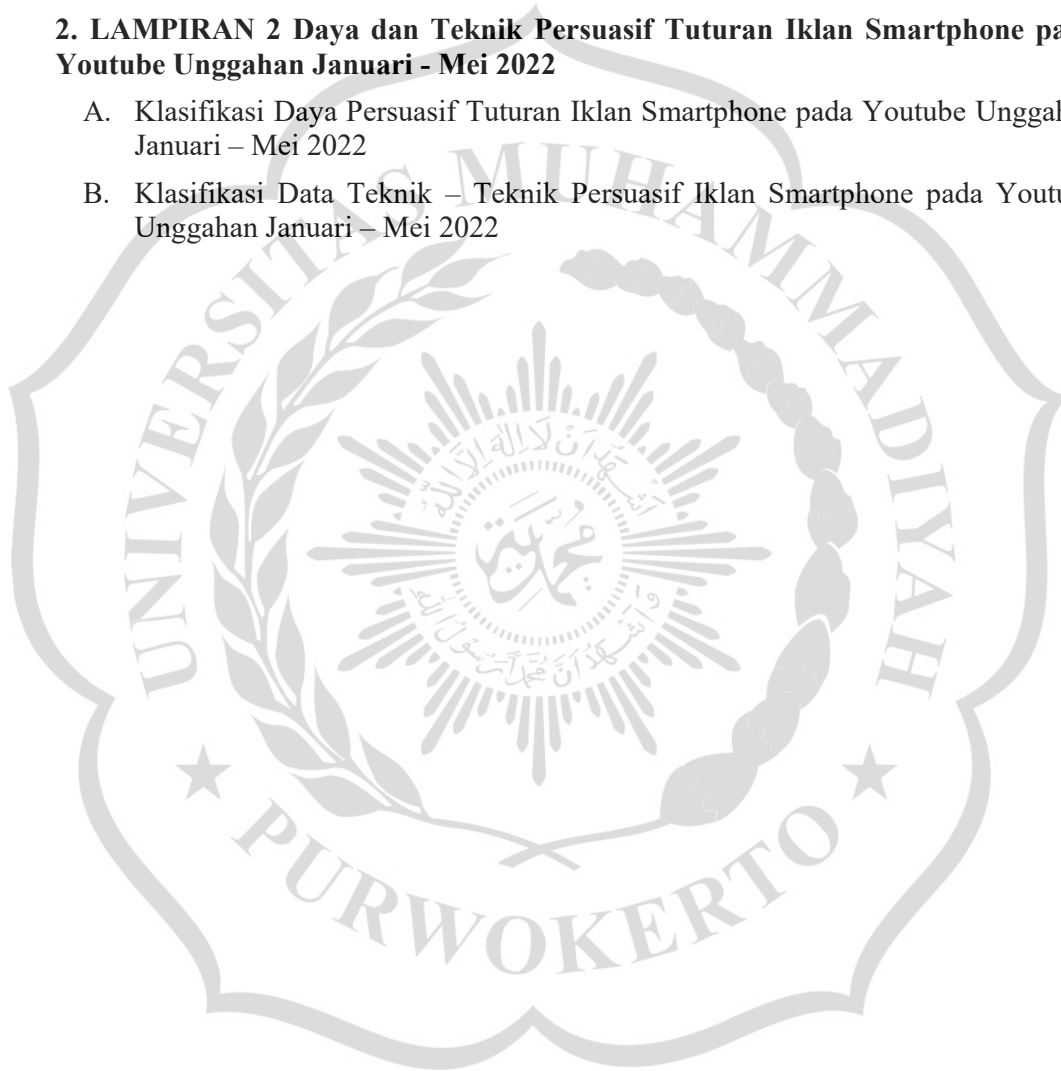
4. Konformitas.....	20
5. Kompensasi.....	20
6. Penggantian atau Substitusi.....	21
7. Proyeksi.....	21
D. Tuturan Iklan.....	22
1. Pengertian Tuturan Iklan.....	22
2. Ciri – Ciri Tuturan Iklan.....	23
E. Smartphone.....	23
F. Youtube.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Data dan Sumber data.....	27
C. Teknik Pengumpulan data.....	28
D. Teknik Analisis data.....	29
E. Teknik Penyajian data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Daya Persuasif pada Tuturan Iklan <i>Smartphone</i> di <i>Youtube</i> Unggahan Januari – Mei 2022.....	31
1. Daya Bujuk.....	40
2. Daya Ajak.....	40
B. Teknik – Teknik Persuasif pada Tuturan Iklan <i>Smartphone</i> di <i>Youtube</i> Unggahan Januari – Mei 2022.....	47
1. Rasionalisasi.....	47
2. Identifikasi.....	53
3. Sugesti.....	58
4. Konfromitas.....	63
5. Penggantian atau Subtitusi.....	67
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	753
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN 1 Transkrip Tuturan Iklan Smartphone pada Youtube Unggahan Januari – Mei 2022

2. LAMPIRAN 2 Daya dan Teknik Persuasif Tuturan Iklan Smartphone pada Youtube Unggahan Januari - Mei 2022

- A. Klasifikasi Daya Persuasif Tuturan Iklan Smartphone pada Youtube Unggahan Januari – Mei 2022
- B. Klasifikasi Data Teknik – Teknik Persuasif Iklan Smartphone pada Youtube Unggahan Januari – Mei 2022



DAYA DAN TEKNIK PERSUASIF TUTURAN IKLAN *SMARTPHONE* PADA *YOUTUBE* UNGGAHAN JANUARI – MEI 2022

Awalia Sekar Nur Salim¹, Eko Suroso²

ABSTRAK

Penelitian yang memiliki judul Daya dan Teknik Persuasif Tuturan Iklan *Smartphone* pada *Youtube* Unggahan Januari -Mei 2022 memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan daya dan teknik persuasif yang ditemukan pada tuturan iklan *smartphone* pada *youtube* unggahan januari - mei 2022. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian diambil dari tuturan iklan *smartphone* pada *youtube* unggahan januari - mei 2022 sedangkan sumber data primer diambil dari iklan *smartphone* dan untuk data sekunder diambil dari *youtube*. Pengambilan data untuk penelitian ini menggunakan teknik simak dilanjutkan dengan teknik catat. Teknik analisis data untuk penelitian ini menggunakan teknik padan sedangkan untuk teknik penyajian hasil penelitian menggunakan metode informal. Hasil yang ditemukan pada penelitian daya persuasif sebanyak tigapuluh tuturan yang didalamnya terdapat daya bujuk yang memiliki fungsi untuk membujuk mitra tutur dengan menggunakan kata – kata yang manis agar mitra tutur mau melakukan hal yang diinginkan oleh penutur dan daya ajak yang memiliki fungsi untuk mengajak mitra tutur untuk mengikuti hal yang diinginkan penutur sedangkan untuk daya himbau tidak ditemukan pada penelitian ini. Daya persuasif paling banyak ditemukan pada penelitian ini adalah Daya Bujuk. Hasil yang ditemukan pada penelitian tentang teknik persuasif sebanyak tigapuluh empat tuturan yang mencakup lima teknik yaitu; rasionalisasi, identifikasi, sugesti, kofromitas serta penggantian untuk teknik persuasif kompensasi dan proyeksi tidak ditemukan pada penelitian ini. Teknik sugesti merupakan teknik yang paling banyak ditemukan pada penelitian ini.

Kata kunci : daya persuasif, teknik persuasif, iklan , youtube, smartphone

POWER AND PERSUASIVE TECHNIQUES OF SMARTPHONE ADVERTISEMENTS ON YOUTUBE UPLOADED IN JANUARY - MAY 2022

Awalia Sekar Nur Salim¹, Eko Suroso²

ABSTRACT

Research that has the title Power and Persuasive Techniques of Smartphone Advertising Speech on Youtube Upload January - May 2022 has the aim of knowing and describing the power and persuasive techniques found in smartphone advertising speech on YouTube uploads January - May 2022. This research uses descriptive qualitative research. The research data is taken from the speech of smartphone advertisements on YouTube uploaded January - May 2022 while the primary data source is taken from smartphone advertisements and for secondary data taken from YouTube. Data collection for this research uses listening techniques followed by note-taking techniques. The data analysis technique for this research uses the pairing technique while the technique for presenting the research results uses the informal method. Results found in the research of persuasive power as many as thirty utterances which includes persuading power which has a function to persuade speech partners by using sweet words so that speech partners want to do what the speaker wants and inviting power which has a function to invite speech partners to follow what the speaker wants, while the appeal power is not found in the research. The most persuasive power found in this research is persuasion. The results found in the research on persuasive techniques were thirty- four which included five techniques namely; rationalization, identification, suggestion, cofromity and replacement for the persuasive techniques of compensation and projection were not found in this study. The suggestion technique is most common technique found in this research.

Keywords: persuasive power, persuasive techniques, advertising, youtube, smartphone